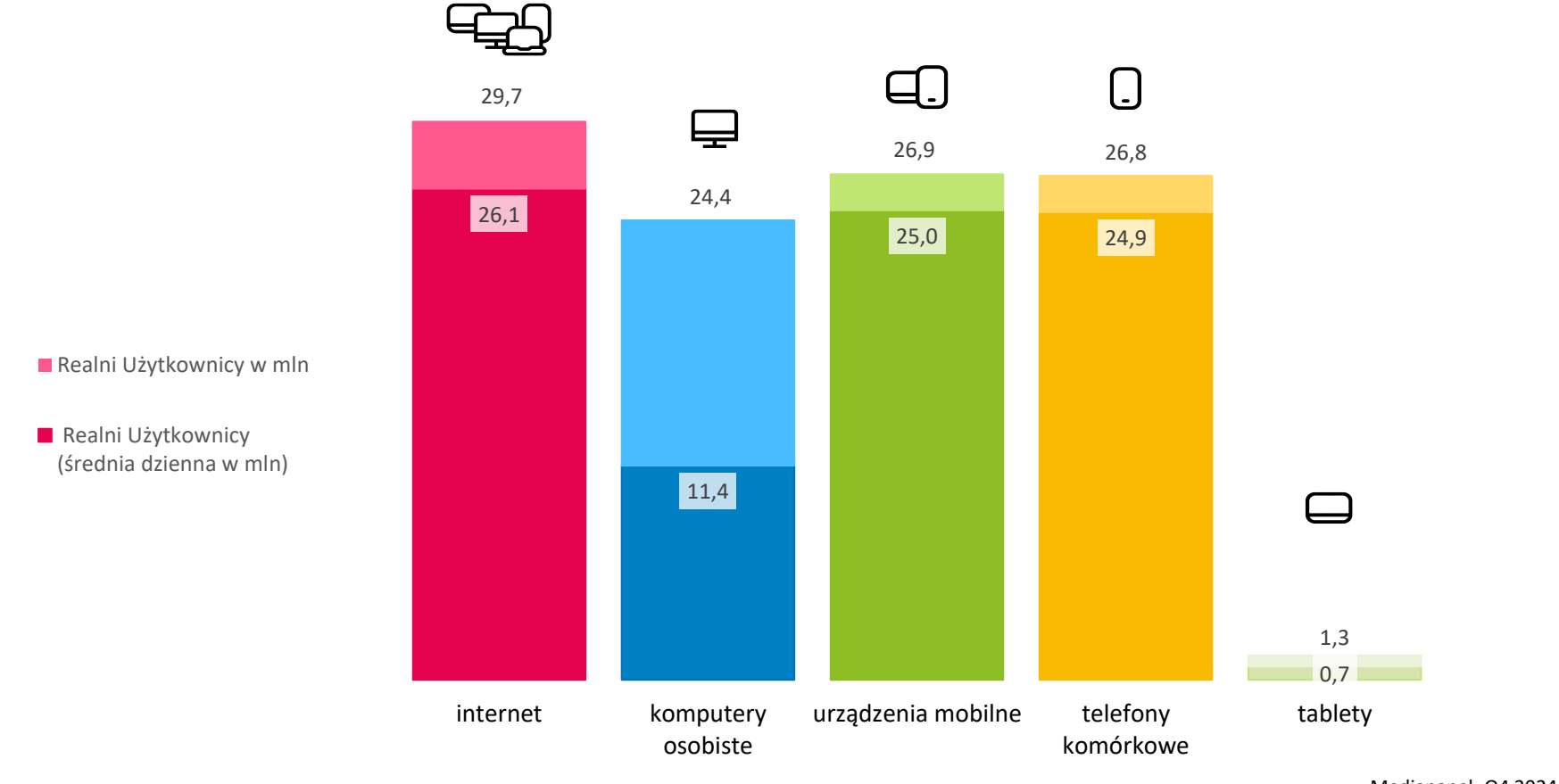


Użytkownicy internetu a urządzenia

Więcej internautów łączy się z siecią za pomocą urządzeń mobilnych niż komputerów osobistych. To właśnie smartfony stały się głównym narzędziem codziennego dostępu do sieci.

Urządzenia mobilne definiujemy w badaniu jako telefony komórkowe i tablety.

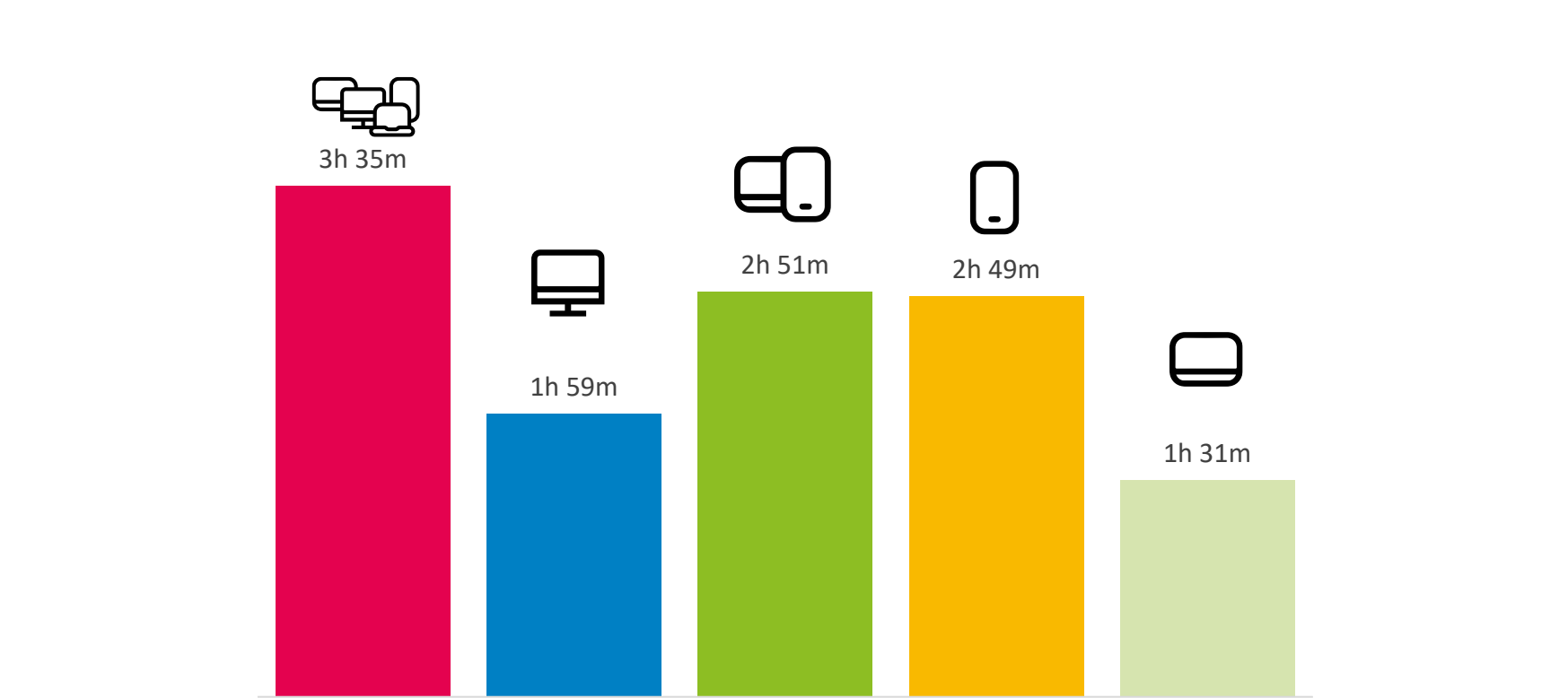


Mediapanel, Q4 2024
 dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024
 POLSKI INTERNET W Q4 2024

Średni czas na użytkownika

Przeciętny internauta spędza online 3 godziny i 35 minut dziennie, przy czym największy udział w tym czasie mają telefony komórkowe. Użytkownicy tych urządzeń korzystają z internetu średnio przez 2 godziny i 49 minut każdego dnia.

Urządzenia mobilne definiujemy w badaniu jako telefony komórkowe i tablety.

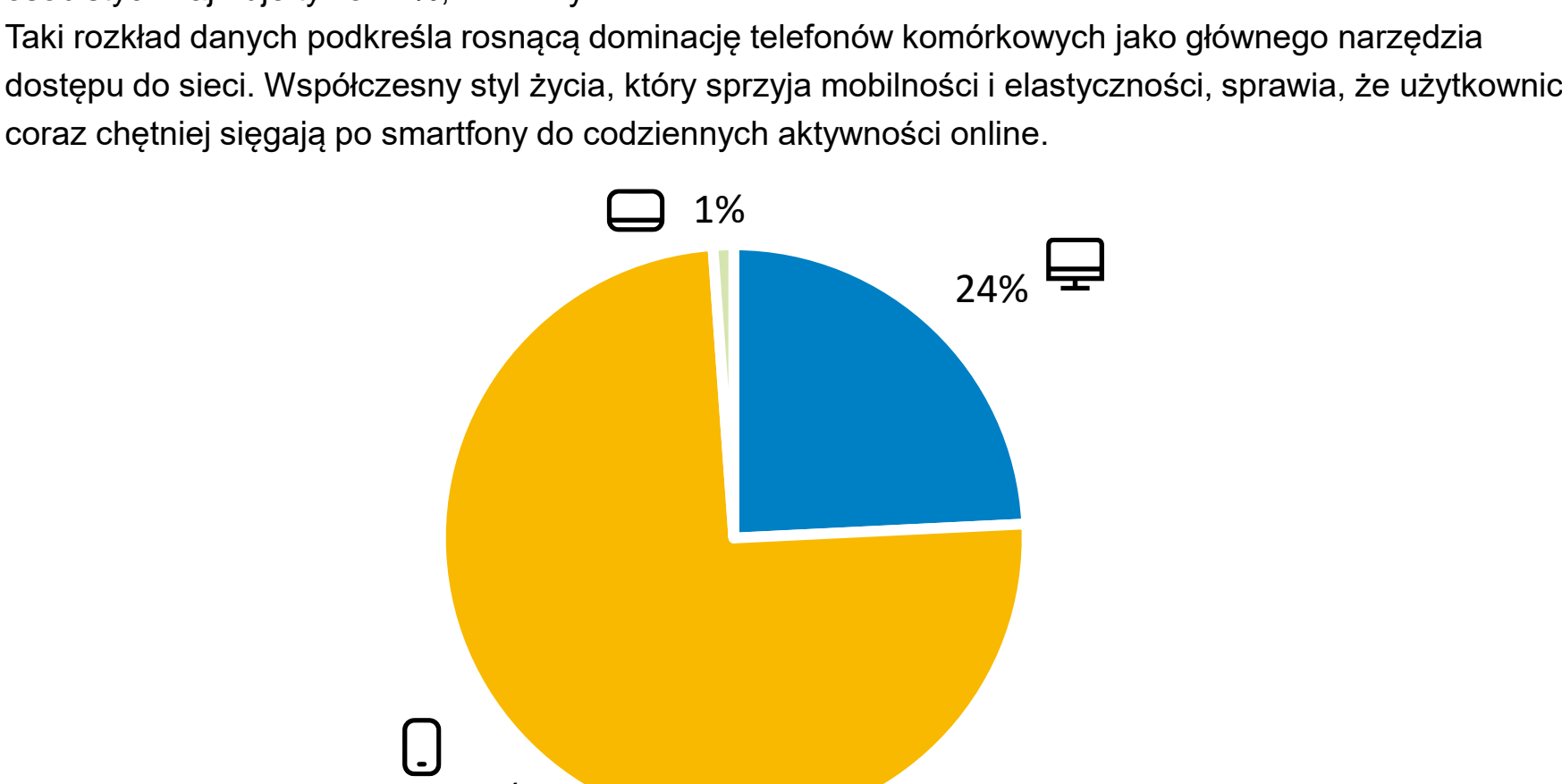


Mediapanel, Q4 2024
 dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024
 POLSKI INTERNET W Q4 2024

Czas w internecie a urządzenia

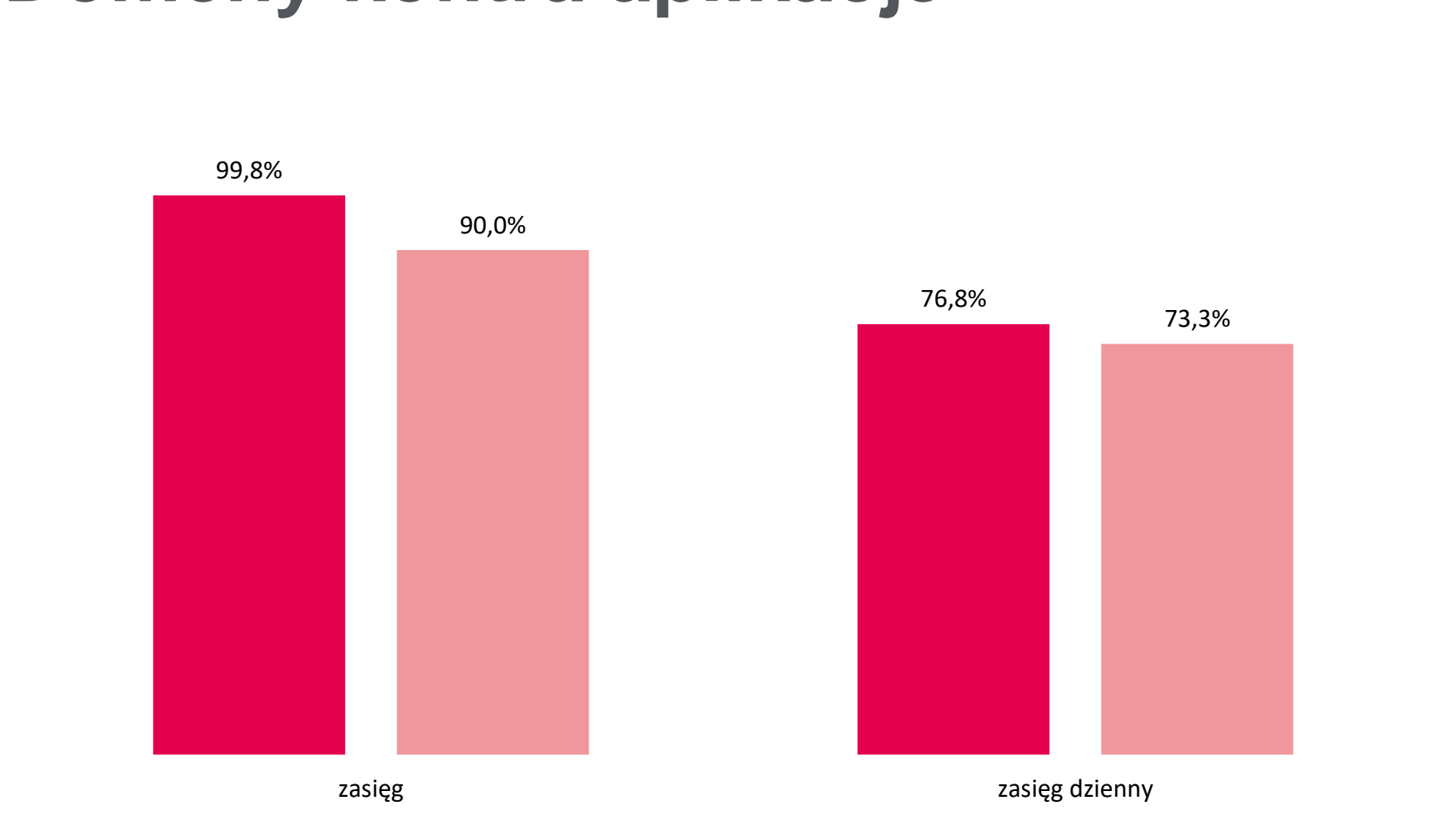
Najwięcej czasu spędzanego w internecie pochodzi z połączeń realizowanych za pośrednictwem telefonów komórkowych, które stanowią aż 75% całkowitego czasu online. Dla porównania, korzystanie z komputerów osobistych zajmuje tylko 24%, a tablety zaledwie 1% udziału czasu.

Taki rozkład danych podkreśla rosnącą dominację telefonów komórkowych jako głównego narzędzia dostępu do sieci. Współczesny styl życia, który sprzyja mobilności i elastyczności, sprawia, że użytkownicy coraz chętniej sięgają po smartfony do codziennych aktywności online.



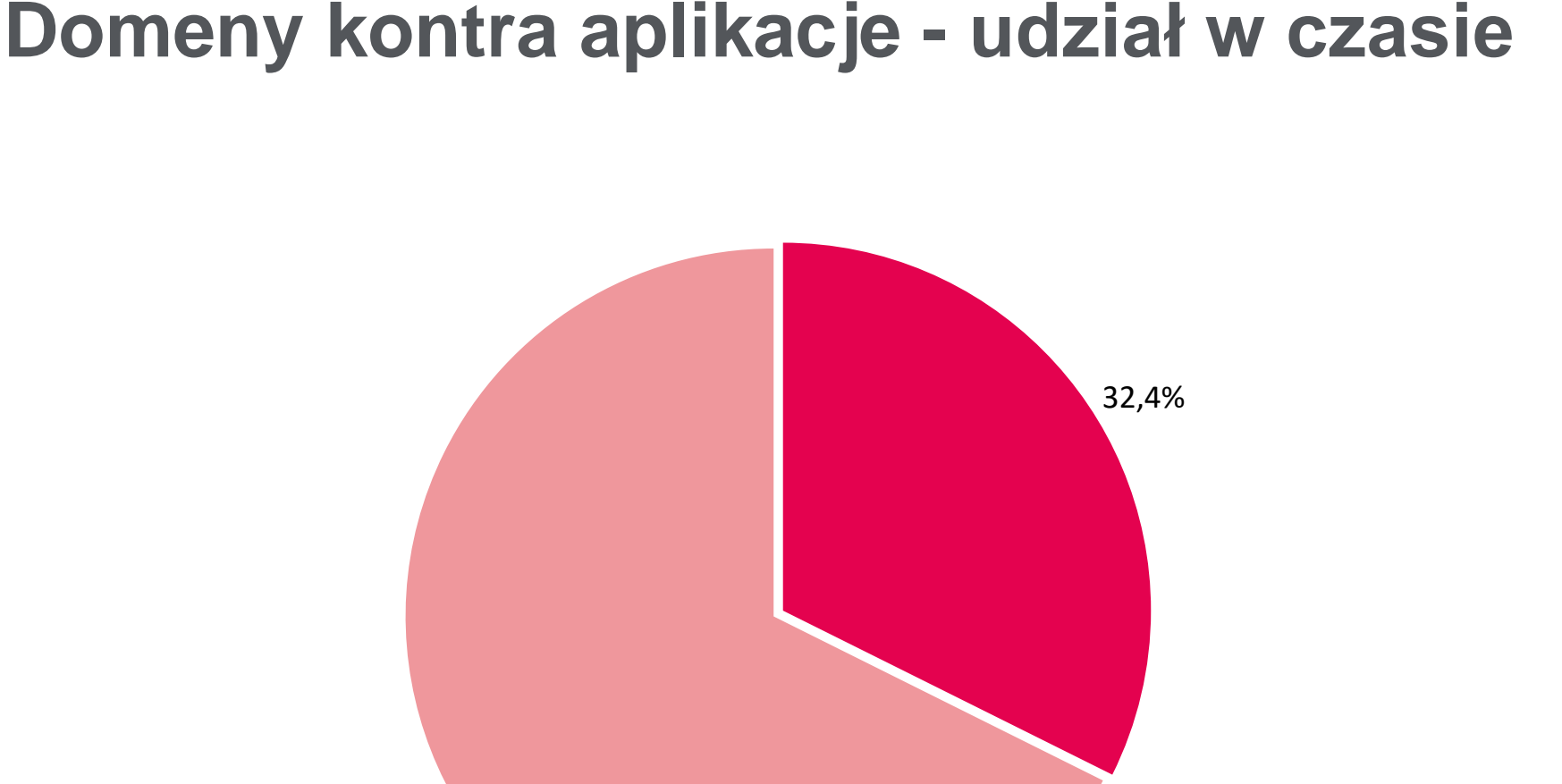
Mediapanel, Q4 2024
 dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024
 POLSKI INTERNET W Q4 2024

Domeny kontra aplikacje



Mediapanel, Q4 2024
 dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024
 POLSKI INTERNET W Q4 2024

Domeny kontra aplikacje - udział w czasie



Mediapanel, Q4 2024
 dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024
 POLSKI INTERNET W Q4 2024

Zasięg oraz średni czas na użytkownika w minutach dla kategorii funkcjonalnych

Wysokie miesięczne zasięgi oraz bardzo duże zaangażowanie mierzone czasem spędzonym w kategoriach Społeczności i Streaming świadczą o silnym zainteresowaniu użytkowników tymi obszarami. Natomiast w przypadku kategorii Handel tradycyjny i e-commerce, mimo ich znacznego zasięgu, zauważa się niskie zaangażowanie użytkowników, co może wskazywać na inne korzystania z treści.



Mediapanel, Q4 2024
 dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024
 POLSKI INTERNET W Q4 2024

Zmiana RU dla kategorii funkcjonalnych Q4 2024 vs Q4 2023

Kategorie tematycznie utrzymują nieznaczną tendencję wzrostową w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku. Kategorie Streaming i Społeczności zyskują po 2 p.p. na zasięgu. Jedynym wyjątkiem jest spadek zainteresowania kategorią Instytucje publiczne, co skutkuje obniżeniem zasięgu o niespełna 1 p.p. dla tej kategorii.



Mediapanel, Q4 2024
 dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024
 POLSKI INTERNET W Q4 2024